هل شركة آبل هي الأفضل من ناحية الخصوصية؟ إليكم ما اكتشفناه



حقوق الصورة: CC0 Public Domain

هل حقًا تعتبر شركة آبل **Apple** الفارس النبيل عندما يتعلق الأمر بخصوصيتنا، كما تريدنا أن نصدق؟

يبرر نموذج العمل الخاص بشركة آبل والمختلف عن نماذج عمل شركات مثل فيسبوك **Facebook** وغوغل **Google** قليلًا ادعاءها بأنها تبني قلعة حصينة حول بيانات المستخدم، لكن هذه ليست القصة الكاملة وهناك العديد من التغييرات القادمة.

في أعقاب ما كُشِفَ حول استخدام شركة الإعلانات السياسية الموجهة كامبريدج آناليتكا **Cambridge Analytica** للمعلومات

الشخصية الخاصة لنحو 90 مليون مستخدم فيسبوك دون موافقتهم، اتخذت الشركات التكنولوجية موقفًا دفاعيًا. يرغب المستهلكون ورجال القانون بمعرفة كم من البيانات المتعلقة بخياراتهم وتحركاتهم قد جُمِعت، وما الذي يفعلونه بمعلوماتهم الشخصية.

حرصت شركة آبل على محاولة تمييز المنهجية التي تتبعها فيما يتعلق بمعلومات المستهلكين، حيث ذُكِرَ على موقعها أنها تجمع بيانات أقل عن المستخدمين مقارنةً بالشركات الكبرى الأخرى، ومن ثم ترفع مستوى الأمان عن طريق خلط وبعثرة هذه البيانات بحيث تكون مجهولة المصدر. بالإضافة إلى ذلك، ذُكِرَ في الموقع بأنها تحتفظ بمعظم البيانات على أجهزتنا (وليس على مخدمات آبل) وأنها مشفرة على تلك الأجهزة ولا يمكن الوصول إليها إلا عبر رمز المرور الخاص بك.

وتوضح الشركة أنها ستُسهل تتبع المعلومات التي تجمعها الشركة عنا بالإضافة إلى تنزيلها وحذفها، وذلك خلال العام الجاري. في الوقت الحالي، تُعتبر عملية استرجاع البيانات من آبل عملية معقدة وبطيئة.

ستتوافق أدوات آبل الجديدة مع قوانين خصوصية جديدة تُدعى قواعد حماية البيانات العامة **General Data Protection Regularition (GDPR)**، والتي دخلت حيز التنفيذ في الاتحاد الأوروبي في أواخر شهر مايو/أيار من العام الحالي. باختصار، تهدف هذه القوانين إلى جعل المستخدم يتحكم أكثر في كيفية استخدام بياناته.

وتهدف شركات التكنولوجيا الكبرى إلى تعزيز سياسات الخصوصية الخاصة بها لتتوافق مع هذه القواعد الجديدة والتعامل مع غضب المستهلكين إثر فضيحة البيانات من فيسبوك.

نهج شركة آبل

بماذا تختلف شركة آبل؟ تبني الشركة المصنعة لأجهزة الآيفون **iPhone** وماكبوك **Macbook** ادعاءات الخصوصية التي تقوم بها انطلاقًا من نموذج عمل متمحور حول العتاد وليس الإعلانات، حيث أن المنتجات التي نشتريها من هذه الشركة هي في المرتبة الأولى أجهزة مثل الهواتف وأجهزة الحاسب والساعات الذكية والأجهزة اللوحية.

بينما في حالة شركات مثل فيسبوك وغوغل، فإننا كمستخدمين نُعتبر المحركات التي تمكنها من بيع الإعلانات. قد نضغط زر "الإعجاب" على منشور ما، أو نقوم بالتحقق **check in** في أحد المطاعم، أو نبحث عن التوجيهات للوصول إلى محل تجاري معين أو عن فندق ما لنزوره.. جميع هذه العمليات عندما تجتمع مع المعلومات الديموغرافية والمكانية الخاصة بنا، يمكنها أن تساعد المُعلنين على الوصول إلينا، مما يجعل هاتين الشركتين (فيسبوك وغوغل) محور عمليات الإعلان الرقمي.

تصر شركة آبل أنها "لا تجمع معلومات المستخدمين الشخصية لبيعها للمعلنين أو منظمات أخرى". إلا أن هذا الادعاء ليس ذا قيمة كبيرة، حيث يدعي مارك زوكربيرغ **Mark Zuckerberg** مؤسس شركة فيسبوك الشيء ذاته، وأن فيسبوك تبيع المعلنين ما جمعته من معلومات حول نشاط المستخدمين على الشبكة والتي تساعد على تحديد ماهية المنتجات التي ينبغي توجيهها لهم.

أما بالنسبة لشركة آبل، فإنها تجمع الكثير من المعلومات من خلال هواتف آيفون أيضًا. فعندما نشغل هواتفنا، يعلم نظام تحديد المواقع **GPS** مكاننا، وما الذي نفعله وإلى أين نحن ذاهبون. وعندما نسأل المساعد الصوتي الذكي سيري **Siri** عن كيفية الذهاب إلى مكان ما أو عن وصفة معينة فإن شركة آبل تنتبه لذلك أيضًا. ولكن بشكل عام، لا تحاول شركة آبل أن تظهر لنا إعلانات مبنية على اهتماماتنا.

تحاول الشركة الصانعة للآيفون تمييز نفسها أكثر، وتقول أنها تخلط وتبعثر المعلومات التي تجمعها بحيث تنظر إلى أنماط الاستخدام

عوضًا عن مصادر المعلومات، وذلك على عكس ما تقوم به فيسبوك وغوغل.

وتضيف آبل أنها بعد أن تخلط معلومات المستخدم فإنها تجمعها مع بيانات ملايين الآخرين، حيث تقول بأنها ترى أنماطًا عامة ولا ترى التفاصيل التي يمكن تتبعها للوصول إلى مستخدم معين. هذه الأنماط تساعد الشركة على تحديد أشياء مثل الرمز التعبيري "الإيموجي" الأكثر شيوعًا، أفضل مقترحات الكتابة في النص التنبؤي، ومعدلات استهلاك الطاقة في متصفح الإنترنت سفاري **Safari**.

وتعترف الشركة بأنها تجمع المعلومات بحرية حول الموسيقى التي نستمع إليها، والأفلام، والكتب، والتطبيقات التي تنزلها. تُجمع هذه المعلومات وتُستخدم لمساعدة آبل في تقديم الاقتراحات. وتبيع آبل الإعلانات بالفعل، ولكن على نطاق أصغر بكثير.

إذا رغبت برؤية بيانات آبل الخاصة بك

بعد أن قمنا بتنزيل البيانات الخاصة بنا بشكل مباشر من فيسبوك وغوغل، اكتشفنا أن الشبكة الاجتماعية (فيسبوك) تصنع نسخًا من كل صورة تنشرها وتحتفظ بأرقام الهواتف والعناوين والأسماء الخاصة بأصدقائك. أما غوغل فتحتفظ بنسخ من كل بحث تقوم به بما في ذلك الأبحاث التي تقوم بها باستخدام وضع التخفي **Incognito** والذي يعرف بأنه وضع البحث الخاص.

بالنسبة لآبل، فهي لا تُسهل عملية الحصول على البيانات الخاصة بك حتى تتحقق من المعلومات التي تحتفظ بها آبل عنك، وذلك في الوقت الحالي. تقدم كل من فيسبوك وغوغل هذه الخدمة عبر طلب تنزيل قد يستغرق عدة ساعات لتوليده، وبعد ذلك يصلك رابط على بريدك الإلكتروني لتنزل بياناتك بنفسك، ومن ثم تنصدم بمدى ما احتفظت به الشبكة الاجتماعية ومحرك البحث.

خبأت آبل طلب البيانات في أعماق قسم الخصوصية من موقعها، فهو على بعد أربع نقرات من الصفحة الرئيسية، وموجود ضمن القسم الفرعي الحادي عشر من صفحة الخصوصية.

يمكن أيضًا الاتصال بقسم المساعدة آبل كير **Apple Care** على الرقم 1-800-692-7753 لطلب حذف بياناتك التي تحتفظ بها آبل إذا رغبت بذلك.

تقول شركة **Apple** أنها ستعمل على تبسيط العملية لجعلها أكثر سهولةً للمستخدمين قريبًا، مما سوف يسهل الحصول على نسخة من بياناتك والأدوات اللازمة لإلغاء تنشيط حسابك أو حذفه بدءًا من العام الجاري في أوروبا، بالإضافة إلى إطلاق صفحة خصوصية أكثر ملاءمة للمستخدم.

آبل تبيع الإعلانات بالفعل

في هذه الأثناء، تستمر شركة آبل ببيع الإعلانات ولكن على نطاق أصغر بكثير كما ذكرنا سابقًا. تظهر هذه الإعلانات في تطبيق الأخبار ومتجر آبل **Apple Store** استنادًا على اهتمامات المستخدم.

النص التالي مذكور في سياسة الخصوصية: "لضمان أن الإعلانات ذات صلة، تُنشئ منصة الإعلان الخاصة بآبل مجموعات من الأشخاص تُدعى 'المقاطع' يتشابهون بالخصائص، وتستخدم هذه المجموعات لتقديم إعلانات موجهة."

إذا أردت من آبل أن تتوقف عن ذلك: من إعدادات الآيفون قم باختيار الخصوصية **Privacy** ومن ثم الإعلانات **Advertising** في أسفل

الصفحة. اختر تبويب تحديد تعقب الإعلانات **LIMIT AD TRACKING**، وكذلك افتح خيارات الإعلانات **AD INFORMATION** وذلك لإنهاء الإعلانات الموجهة في تطبيق الأخبار ومتجر آبل الإلكتروني.

- التاريخ: 2018-10-06
- التصنيف: تكنولوجيا

#غوغل #مارك زوكربيرغ #كامبريدج آناليتكا #قواعد حماية البيانات العامة #المساعد الصوتي الذكي سيري

المصادر

- PHYS.ORG

المساهمون

- ترجمة
  - يمان علاء الدين
- مُراجعة
  - فرح درويش
- تحرير
  - رأفت فياض
- تصميم
  - علي كاظم
- نشر
  - بيان فيصل